

# Dimensión educativa de la información televisual

Por Mariano CEBRIAN HERREROS

«El aprendizaje de la interpretación y de la traducción de los signos reviste un interés didáctico muy particular, en razón a su contenido tecnológico y sus múltiples aplicaciones prácticas en todo proceso educativo» (FAURE, Edgar y otros: *«Aprender a ser. La educación del futuro»*. Alianza Universidad, Madrid, 1974, pág. 186).

## INTRODUCCION

Con la aprobación del Estatuto de la Radio y Televisión se abre una nueva etapa para la información audiovisual. Entre los principios inspiradores de la nueva situación se marcan el de la objetividad, veracidad e imparcialidad de las informaciones, la separación de las informaciones y opiniones, la identidad de quienes sustentan estas últimas y su libre expresión y el respeto al pluralismo político, religioso, social, etc.

Es en este nuevo marco en el que quisiera situar el presente trabajo. Sin embargo, nos encontramos de entrada con que la televisión, como técnica, impone cierta dificultad al principio de objetividad al ser incapaz de traducir fielmente los hechos a expresión icónica y sonora. El informador atrapado en esta situación paradójica tiene la misión de introducir las correcciones necesarias para que la televisión se aproxime a la realidad del país de la manera más objetiva posible y transmitírsela así a la sociedad.

Los educadores y familias se preocupan por la falta de programas televisivos para niños. Se preocupan también ante los existentes por la carga educativa que encierran: les incomoda la orientación de los programas infantiles y juveniles. Se olvidan con frecuencia que los niños suelen seguir más los programas para adultos que los dirigidos a ellos, especialmente cuando se sobrepasan los ocho años. Les atraen más los otros programas. Incluso en aquellos casos en que los padres son los que efectúan la selección y no permiten que sus hijos vean otros, los niños no estarán exentos de que a mitad de programa les introduzcan unos mensajes publi-

citarios o que antes o inmediatamente después se encuentre con programas informativos o programas dirigidos a otras audiencias. Este sentido programático es específico audiovisualmente de la televisión. La televisión no puede ser analizada por programas aislados, sino en el conjunto programático. Es a través de este entramado como se vehicula el mensaje definitivo de la televisión. Todavía se sigue, tal vez por inercia, comparando un programa de televisión a una película cuando ambos funcionan de forma distinta. Ni siquiera la película que se pasa por televisión es la misma que se ve en las salas cinematográficas. No sólo hay una transformación técnica y cualitativa, sino que se la introduce en unos contextos modificadores de su sentido autónomo como película. Cuando Televisión Española pasaba «Holocausto» un telespectador escribió una carta a EL PAÍS protestando de que se dejaba pasar la publicidad de unas pastillas de producción alemana que mataban ratas y otros animales porque aquello mismo era lo que se utilizaba en la obra para matar hombres. El telespectador había leído correctamente los mensajes específicos de la televisión.

Se pierde además la perspectiva de que la edad infantil y juvenil, aunque fundamental en la construcción del hombre, sin embargo, es un tránsito rápido hacia la edad adulta. Si los programas infantiles y juveniles alcanzan desde los cuatro hasta los dieciséis, es decir, doce o quince años de una persona, los programas informativos a los que se expondrá cubrirán más de cuarenta o cincuenta años de vida adulta. Estos programas informativos son la gran y exclusiva fuente del conocimiento del mundo que gira alrededor de cada uno. Su personalidad no se construye en estos años, pero sí se desarrolla paralelamente a ellos. La escuela, los centros de educación enseñan la historia. Cualquier alumno de EGB, BUP, y aún universitario sabe más de la prehistoria que de la situación que le circunda en la actualidad. No se le enseña a mirar al mundo que le rodea. No se le enseña a interpretar la información de la actualidad. Lo que sabe no es por la recepción crítica del plan de estudios, sino por la permanente exposición a los mensajes televisivos. Ve el mundo actual no por lo que le enseñan en la escuela, sino por lo que observa fuera, en la otra escuela: la televisión.

El hombre actual recibe el conocimiento de su entorno gracias a los nuevos medios de difusión y en particular a la televisión como lo demuestran las encuestas sobre el uso del tiempo de ocio (1). El 81 por 100 de la población española en general y el 90 por 100 de la rural en particular ven la televisión diariamente. Más del 40 por 100 no ha leído nunca el periódico ni asistido al cine según hemos podido apreciar en unas investigaciones realizadas por el Instituto de Radio y Televisión (2). La visión del mundo actual de estas personas depende de la información vehiculada por la televisión. Por este motivo hemos preferido centrar el trabajo no sobre el

---

(1) «Audiencia de RTV» y «El empleo del tiempo». En «Mensaje y Medios» números 1 y 2 respectivamente.

(2) «Encuesta: La televisión en la España rural». Resumen en «Mensaje y Medios» número 6. Enero 1979. Págs. 91-98.



corpus de los denominados restringidamente programas educativos, sino sobre aquellos programas más seguidos por la sociedad y en los que subyacen unos mensajes educativos paralelos: lo informativos, en todos los diversos géneros.

Se trata de captar la incidencia no sólo en el saber (experiencia transmitida por los informadores), sino también en la sensibilidad, afectividad, comportamientos y, en definitiva, en el desarrollo de la personalidad, en el «aprender a ser» (3).

Tal embrión educativo hay que entreverlo en el análisis semiótico de los contenidos informativos. Las redes de signos, el cruce de ideas dulcificadas en colores y en representaciones lúdicas e hilarantes han tendido una malla que apenas deja ver la realidad directamente. La inmensa mayoría de la experiencia acumulada por el hombre actual no es elaborada personalmente, sino trasvasada por otras personas. Se tiene una idea del mundo presente —en su sentido espacial y temporal— no por conocimiento directo, sino por los mensajes emanados de los medios.

El informador al elaborar el sistema significativo no piensa en términos de educación sino de información. Pero una cosa no está reñida con la otra. Son inseparables. Al cumplir con su deber de ajustarse lo más fielmente posible a las cualidades del objeto, es decir, a la objetividad, cumple su función informativa y simultáneamente con la función educativa: transmitir su saber, su experiencia y dejar libertad para que el telespectador elabore su concepción personal de los hechos. Será un mal informador y consecuentemente un mal educador (antieducador) cuando imponga sus interpretaciones personales sin separarlas de lo que es información, cuando interpreta los hechos no con la intención de ajustarse y profundizar en ellos, sino con otras intenciones tendenciosas (4).

La información televisual es una práctica en la que confluyen la técnica, la comunicación y la pedagogía. Un ejemplo de tres funciones unidas en un mismo quehacer. Todo intento y provocación de división de fuerzas producirá inmediatamente una víctima: el telespectador, objetivo final del trabajo televisivo.

Se pretende, pues, descubrir la estructura de los mensajes y la implicación ideológica, y en particular la educativa, subyacente en ellos. Para los análisis se ha elegido el método desarrollado por la semiótica que es

---

(3) Una de las funciones tradicionales dada a la televisión es la de la formación. Se trata de formar, desarrollar al hombre integral en todas sus dimensiones. De ahí que la formación sea tanto aquello que engloba la transmisión reglada didácticamente de unos saberes dados por las diversas ciencias que denominaremos **enseñanza** (escolar, universitaria, etc.), como la transmisión de las experiencias y patrimonio humano que denominamos **cultura** y el fomento del desarrollo de la personalidad, del «aprender a ser» que denominamos **educación**.

(4) En múltiples ocasiones el potencial encerrado en el mensaje televisual más que educativo es antieducativo. Hay que advertir, pues, que el uso que en el artículo presente se hace del término «educativo», lleva implícito su opuesto «antieducativo».

la ciencia que en estos momentos ofrece mayores posibilidades. Al margen quedan, por constituir una perspectiva psicosociológica, (aunque recogeremos los datos proporcionados por ella), las influencias concretas del texto en los telespectadores. Sólo hablamos de lo que está embrionariamente encerrado en el texto y sus contextos, aunque sin perder de vista que la semiótica alcanza su máximo nivel cuando en coordinación con otras ciencias elabora un entramado interdisciplinar sorbe el tema objeto de estudio.

Hemos renunciado a la presentación de los análisis de emisiones y de programas efectuados por no hacer larguísima la exposición. Se ha preferido presentar exclusivamente algunas de las dificultades con que tropieza el semiólogo y algunas conclusiones a las que hemos llegado de momento.

## I

### EL DISCURSO TELEVISIVO

En un libro anterior (5) dejé asentados los fundamentos del funcionamiento del lenguaje de la televisión. Partimos de aquella concepción. Sólo insistiremos en algunos aspectos. Es decir, consideramos la televisión, desde la perspectiva semiótica, como una sucesión de conjuntos de signos audiovisuales estructurados cinéticamente y con una especificidad determinada. Para realizarlo requiere una mediación técnica y otra humana. Desde el punto de vista *técnico* surge para representar y transmitir unos hechos, pero he aquí que la técnica no tiene un comportamiento neutral, ni inocente.

La imagen informativa en su dimensión técnica presenta las siguientes características: objetivamente no es una imagen natural, directa e inmediata ya que entre el hecho noticiable y su percepción en imágenes por el telespectador media todo un complicado proceso técnico de captación, elaboración y emisión de imágenes.

Lo paradójico es que la televisión, precisamente por el uso de la técnica y del relato en directo, provoca en el espectador la ilusión de que está siendo testigo del suceso. Pero ya de entrada, hay que indicar que lo que el informador, o relator de imágenes ofrece es una selección entre diversas imágenes que aparecen simultáneamente en los monitores de las cadenas de cámaras.

El lenguaje icónico, presentado a veces como el más natural por su

---

(5) CEBRIÁN HERREROS, Mariano: «Introducción al lenguaje de la televisión. Una perspectiva semiótica». Edit. Pirámide, Madrid, 1978.



representación de la realidad, es bastante discutible por la técnica y la retórica empleadas. Es un lenguaje cargado de convencionalismos que exigen un conocimiento previo. El lenguaje, por sí mismo, es vehículo de las intenciones con que se le use, adapte y manipule. En cierta manera es también un mensaje. Interesa tanto los significantes como los significados. De ahí las diversas estéticas. El lenguaje icónico informativo debido a su intento de objetivar y denotar la realidad, tal vez sea el más torpe para la profundización en la transmisión de mensajes: no penetra en el ser de las cosas, se detiene en lo aparential, en la superficie. En este sentido se diferencia claramente del lenguaje poético-simbólico, más subjetivo y personal, pero también profundiza más en la realidad. La televisión por su aspecto perceptual visual no elabora conceptos abstractos que universalicen los hechos y objetos a los que se refiere como sucede con la palabra.

### *Metamorfosis de la realidad por Televisión*

La técnica televisiva ofrece una transformación de los sucesos en series de imágenes y sonidos. Para ello cuenta con unos componentes diagéticos y otros extradiagéticos, es decir, unos elementos que pertenecen al suceso y su entorno y otros que son adicionados por el informador como palabras, música, etc., con lo cual elabora un montaje. Todo ello conduce a que en lugar de lo proclamado por la publicidad «Las cosas como son» sea «Las cosas como el informador y la emisora las ven» o quieren que las vean los demás (6). La constante crítica a la manipulación informativa de la televisión, es el mejor respaldo a esta argumentación.

La televisión ofrece una imagen artificial de la realidad. Transforma y suplanta la realidad. Técnicamente falla la concepción de la televisión como reproducción de la realidad, desde la transformación de la tridimensionalidad de la realidad a la bidimensionalidad de las pantallas, hasta las distorsiones posibles de los objetivos de las cámaras, pasando por la angulación, encuadres, iluminación, etc. La técnica cambia la realidad del suceso por «otra cosa» que debe examinarse no sólo a la luz de la objetividad, sino también a veces a la de la verosimilitud narrativa. Los objetos, el suceso al ser captado pierde las relaciones peculiares del lugar y tiempo en los que se produce para incorporarse a otros contextos; el informador fragmenta la realidad en diversos puntos de vista y adopta el suyo que da unidad a todos los demás, mediante el montaje organizador de nuevas relaciones de imágenes y sonidos.

Tales modificaciones se extienden a las imágenes y sonidos captados y montados previamente como sucede con largometrajes, telefilmes, documentales cinematográficos. En múltiples programas televisivos la imagen electrónica es sólo transformación técnica de imágenes fílmicas que

---

(6) Para mayor amplitud remito a mi artículo: «Los goles publicitarios del Mundial». En «Mensaje y Medios». Número 5, Octubre, 1978. Págs. 43-50.

fueron constituidas en su momento para la proyección en pantalla grande y como obra unitaria sin más contextos externos que los del acto de recepción. Se ha teorizado mucho sobre la televisión como un mero medio o soporte de otros mensajes y de otros lenguajes. Se ha llegado a definirla como un servicio. Es más, esta es la tendencia que empieza a predominar en el uso de la televisión por cable. Pero se olvida la mediación técnica de la electrónica. Como ha escrito certeramente McLuhan la imagen que ofrece el televisor es una «imagen mosaico», es decir, compuesta de millones de puntos luminosos que se renuevan constantemente (7). Esto requiere una recomposición por parte del telespectador ya que de tal cantidad de puntos el ojo selecciona unos cuantos con los cuáles organiza su visión de la imagen televisiva. Una imagen menos perfecta que la registrada o proyectada ópticamente. La conversión de imágenes ópticas en impulsos electrónicos, el paso de 24 fotogramas a 25 imágenes electrónicas por segundo, las diferencias de tamaño de pantalla, etc., (8) introducen unas transformaciones técnico-retóricas que inciden directamente en los códigos narrativos hasta dejarlos desfigurados y en ocasiones irreconocibles. Películas como «La Guerra de las Galaxias» si se pasara por televisión perdería o modificaría los códigos de su espectacularidad.

La televisión transforma también el espacio y el tiempo. Se caracteriza por una narración simultánea e inmediata en relación con el hecho y el tiempo del telespectador. Exige un tiempo de exposición, se desarrolla en un tiempo fugaz e irreversible que dificulta la retención del texto. No se puede volver sobre lo emitido. Apenas permite la reflexión. Si obliga a ello se pierde lo que viene a continuación. Esta es la diferencia radical en relación con la información impresa en la cual aunque se da también información visual tipográfica, topográfica y gráfica, como un juego visual, se sostiene sin embargo en lo escrito, fijo y dominable según los deseos del lector.

La televisión capta y organiza en signos la idea que ha elaborado a través de diversas fuentes de los hechos noticiosos y la expresa en forma de signos audiovisuales. Se establece, pues, una doble organización. Primero la captación de la realidad según la organización mental del informador y luego la expresión informativamente por medio de una organización de los signos televisivos disponibles. Se habla de signos televisivos y no de audiovisuales porque trasciende la idea de la nueva elaboración audiovisual y alcanza el sentido de la programación: noticia emitida con anterioridad, audiencia de esa hora en particular, tiempo disponible, etc. Es decir, toda una planificación programática de la noticia.

---

(7) McLuhan, Marshall: **Pour comprendre les media**. Edit. Manne Seuil. París, 1968. Págs. 337 y ss. (Traducción castellana: **Comprensión de los medios**. Edit. Diana. México, 1968).

(8) Sobre los aspectos técnicos véase: **Enciclopedia Focal de las técnicas de cine y televisión**. Edit. Omega, Barcelona, 1976, 1.264 págs.



*La técnica también es significativa*

Hay que rechazar, pues, el mito de que la técnica y la actividad operacional están libres de valores y, por tanto, de significaciones. Las decisiones «puramente técnicas» se toman siempre en función de unas valoraciones psicosociales y económicas no sólo en última instancia, sino también y, sobre todo, durante el propio proceso de tratamiento técnico del programa. Para la captación icónica de la realidad siempre hay diversidad de soluciones para un mismo problema. La selección de una de ellas supone siempre un criterio valorativo en función de un objetivo: del programa, de la estética, de la ideología, etc. La selección técnica es pues, también significativa.

*Continuidad programática*

La televisión que comparte estos elementos con el cine y demás medios audiovisuales, sin embargo se diferencia de ellos, además de por las posibilidades del relato en directo, por situar los textos en una dimensión superior: la continuidad programática que somete los textos a nuevas configuraciones estructurales. En la continuidad programática los contenidos cambian con rapidez: del drama se pasa a la información, de la información de la publicidad, a la campaña electoral. Esto provoca una narrativa confusa. En la retentiva del telespectador se mezcla la ficción y la realidad, lo imaginado y lo captado de la realidad noticiable. Apenas se deja tiempo en las transiciones de unos programas a otros para separar los contenidos. Se establece una intercomunicación y una interacción entre lo informativo-real y lo imaginario-novelesco. Exponentes de esta situación son las series históricas que se encuentran a caballo entre el respeto a la realidad histórica y la imaginación de los hechos y personas. Más reciente aún se encuentra el que ha venido a denominarse nuevo género de la televisión que es el docudrama. Estas son las peculiaridades narrativas de la televisión no compartidas con el cine desde la perspectiva informativa.

La complejidad de los textos televisivos debido a los componentes sígnicos que lo integran dificulta sobremanera el análisis. Los textos televisivos se engarzan en una continuidad programática. Aislar las unidades para analizarlas como si se tratara de obras autónomas es un craso error. Un telediario se hace más comprensible si se le sitúa en la programación informativa del día.

*La Mediación Humana*

El hombre actual para acercarse a los hechos lo efectúa desde diversos ángulos y medios. El hombre se sitúa ante los hechos desde determinada perspectiva y selecciona aquellos que quiere que los demás vean y

los combina. Se produce por lo tanto, otra mediación, la humana. Se pensaba que la técnica era más fiable que el hombre subjetivo de por sí, pero hay que pensar que además de este prisma técnico indicado, está el otro prisma humano coincidente con el de los otros medios y que es el que carga de intencionalidad lo captado. La transformación técnica y humana mediatizan los hechos.

En el ámbito de la transformación hay que referirse, pues, a la mediación de los actantes formadores de ltexto. En el caso de la información televisiva el actante expositor es parte integrante del texto, más que el redactor de la información impresa. La propuesta comunicativa depende de las maneras de elemento semántico central: el presentador. No se trata de una narrativa que puede estar dada por el equipo de redactores o por el director del programa, sino del elemento encarnador de la información. En este sentido coincidimos con la definición de actante dado por Lucien Tesnier, «los seres y cosas que toman parte en el proceso».

El actante televisivo al aparecer en pantalla entra en un proceso de vedetización o «culto a la personalidad» con importantes repercusiones significantes en la información. Lleva consigo la modificación de valores, de tal manera que se llega a veces a una situación en la que no se sabe qué es la más importante si el actante protagonista del hecho o el actante protagonista de la exposición informativa. Interpretan como actores con movimientos de cejas, cabeceo, sonrisas, poses determinadas, etc. Se saben «observados», son conscientes de su popularidad y tienen que mostrarse siempre con arreglo a la imagen difundida de ellos. Esto conduce a lamentables errores de lectura. Determinada noticia cae bien, tal político es simpático, porque el locutor X le ha presentado. Y lo que es más grave puede provocar el contrasentido por cierta entonación, pausa, transiciones vinculadoras de hechos dispares, etc. Es el caso frecuente en presentadoras cuando al enlazar una noticia de conflictos laborales o de situaciones bélicas con otra dice con ancha sonrisa: «Bien», o «Muy bien, pasamos ahora...», etc.

## II

### DISCURSO INFORMATIVO DE LA TELEVISION

El hombre en su ámbito social establece unas relaciones que le descubran aquello que más le desarrolle su personalidad y simultáneamente aquello que se oponga a ella. Siente necesidades individuales y sociales de conocer su entorno. Su vida depende no sólo de él, sino también de los demás. Ese saber ser, ese aprehender del exterior y observación del interior son los que le conducen a su «aprender a ser». El hombre requiere conocer lo que ocurre a su alrededor. Sólo la información puede cubrir satisfactoriamente tales necesidades. Información dada por los más próxi-



mos: familiares, amigos, compañeros. Cuanto más distante se encuentra el foco informativo que puede repercutir sobre su vida, más necesita de la tecnología para acercarse al hecho. Una tribu que se satisface a sí misma apenas requiere información exterior. Sólo aquella que le defienda de ataques, pues no hay mayor peligro que lo desconocido que nos amenaza. La información interior la obtiene por la experiencia de la comunicación interpersonal. Informar no es sólo traducir el hecho a relato, sino también situarlo en su lugar exacto, en sus contextos sociales, económicos, políticos, etc.

### *La Información como signo del suceso*

La noticia, la información en televisión, aunque se confunda con bastante frecuencia, especialmente por la transmisión en directo, no es el hecho, el suceso, sino una representación, un signo complejo, algo que está en lugar del suceso. No podemos hablar sólo de imagen televisiva pues incurriríamos en una impropiedad, sino también de sonido. La imagen informativa por sí sola difícilmente puede ofrecer una información clara, debido precisamente a su carácter concreto y polisémico. La información es un signo de sucesos, de objetos, de personas. La televisión presenta una traducción audiovisual cinética de acontecimientos de interés general. Las transformaciones que tal traducción introduce son tan elevadas que a veces las divergencias son mayores que las semejanzas existentes entre la noticia y el suceso.

La información es más que una designación de hechos y opiniones. Es una fuerza que modifica progresivamente la sensibilidad y nuestro modo de reaccionar ante el entorno. La primera noticia sobre un asesinato asombra. La repetición de otras noticias similares llega a adormecer el interés. Tras un proceso deja de ser noticia para los medios. La noticia del primer paseo del hombre por la luna fascinó. Pasada la novedad la información ha dejado las noticias de vuelos espaciales en segundo lugar, y aún olvidado por tratarse ya de hechos rutinarios. Pero no siempre lo más importante es aquello que tiene novedad. Sin embargo, la información sigue valorando los hechos con este criterio. Es, pues, necesario examinar el universo de valores, de intenciones, de concepción de determinados hechos. Por una parte, indagando la visión del mundo que ofrece la televisión, es decir, el universo *representado*, el ámbito de los referentes seleccionados, la captación del exterior según los esquemas mentales de los dirigentes, el color de las gafas y dimensión de los objetivos con que se mira la realidad. Es un movimiento de fuera hacia adentro pero selectivo. Por otra el *universo plasmado*, es un movimiento del interior al exterior: Es un mundo de valores creados.

Cuanto más distante se encuentra el espectador del suceso, tanto más necesita recibir información de unas personas de las que pueda fiarse. Ahora bien ¿puede fiarse el hombre de hoy de lo que se le ofrece? La-

mentablemente, no. Los nuevos medios le brindan la posibilidad de proximidad relativa a los hechos pero los medios en la actualidad están supeditados a intereses políticos, económicos, etc. Todos los grupos de fuerza quieren estar en los medios. Las luchas entre quienes se proclaman o lo son representantes de este hombre pronto se olvidan de su función y le suplantán y deciden por él, si le conviene ver ésto o aquéllo, si la información hay que dársela de una manera o de otra. Piensan por él y consecuentemente no le dejan aprender a ser según su personalidad.

La multiplicación de medios y el aumento de programas informativos han conducido a una plétora informativa. ¿Necesita tanta información el hombre como la que al cabo del día recibe? Se trata de una opulencia informativa superior a sus necesidades. No guarda relación con su vida. Le desborda. El hombre actual está saturado de información. Ahora bien, el exceso de información es también una manera de desinformar. No se puede asimilar tal cantidad. No hay tiempo para digerir tantas noticias y tan dispares. La información se olvida rápidamente. Experiencias efectuadas al respecto en el Instituto Oficial de RTV han demostrado que la retención de datos de un telediario por personas especializadas oscila alrededor del 33 por 100 inmediatamente después de haberlo visionado. Si cada cual acude a su experiencia personal posiblemente que recuerde pocas noticias de las ofrecidas por el telediario de ayer y muchas menos sobre el tratamiento audiovisual. Habrá retenido lo relacionado con su entorno familiar, profesional, etc. El resto desaparece (9).

Puede objetarse que este grado de saturación no existe pues cada uno selecciona la información que más le interesa para su vida. Pero puede responderse que el resto de información carente de interés para esa persona, lejos de ser algo neutro, provoca una insensibilización. Si en las primeras ocasiones de exposición a los actos de violencia en la información: guerras, asaltos, secuestros, muertes, etc., quedamos fuertemente acudidos hoy apenas nos provocan un pequeño comentario familiar. Pocas imágenes atraen la atención. Se ha producido un desgaste de imagen y una insensibilización en las personas. Se recuerdan como algo atroz pero no inquietan nuestras vidas.

El discurso informativo de la televisión se enmarca en la continuidad programática en la que aparece de manera intermitente con anterioridad, posterioridad y a veces con interrupciones por discursos ajenos, especialmente publicitarios con los que contrae asociativamente una serie de interrelaciones e incluso confusiones. Realidad informativa y ficción pasan con tal rapidez por la pantalla que sus fronteras tienden a borrarse.

Las imágenes de violencia real como las de violencia ficticia al pasar por televisión se artificializan y adquieren características similares. Se requiere que alguien o algo provoque sobremanera para que se establezca

---

(9) Puede hallarse una referencia en «Mensaje y Medios». Número 3, Abril 1978: George Hills **Los límites de la TV como medio informativo**. Págs. 45-47.



una cierta distancia y se recapacite sobre el acto. La persistencia de ambos es caduca por la acumulación y unión con otras. Si alguna vez se ha sido testigo presencial de un hecho se ha grabado en la mente como algo indeleble que acompaña toda la vida. Sin embargo, tales actos vistos en televisión sean de captación real o ficticia indistintamente se olvidan rápidamente al menos los detalles. ¿Recuerda alguien la imagen concreta de una de esas fotografías e imágenes televisivas en las que aparece un bonzo quemándose? Existe una imagen abstracta de las llamas, pero nada se recuerda de las personas quemadas. Si en la vida real se ha visto un incendio, el recuerdo de las imágenes perdura aún. Se recuerdan detalles imborrables. El hecho televisivo por su reiteración de noticias similares en lugar de concienciar, insensibiliza, embota el recuerdo, antieduca.

Hemos tocado en el último punto un aspecto que incide en dos concepciones diferentes y que son la raíz de dos sistemas narrativos divergentes. Aunque los programas dramáticos, telefilmes y noticias filmadas utilicen el mismo soporte y se presenten por la misma emisora televisiva en una continuidad, sin embargo las intencionalidades son diversas. Las noticias son concebidas como información, están transpasadas por esta intencionalidad, están al servicio de captar un suceso considerado como posible noticia; tratan de captarlo con la mayor aproximación y exactitud posible. Su tratamiento depende más de un sentido funcional que de un sentido estético; está supeditado precisamente al servicio de algo: vehicular una información clara, decodificable en una primera lectura. Por el contrario el programa dramático, el telefilme, etc., están traspasados de una intencionalidad expresiva creadora de situaciones dramáticas; organiza una puesta en escena con los elementos que capta. No se trata sólo de unas diferencias técnicas y de una identidad o diferencia de soportes sino de concepciones divergentes. Son dos estéticas diferentes dinamizadoras de dos narrativas: la fílmica y la televisiva. La fílmica incide en una estética de la expresión; la televisiva, sería la de la información y programación. La fílmica propende a la plasmación de un trasfondo ideológico que dimana del autor, o mejor de la cosmovisión del autor. La imagen informativa de la televisión tiende hacia la objetividad, a reflejar lo más fielmente el objeto, o mejor, la cualidad del objeto. La imagen informativa informa es decir, da forma al suceso, al objeto; la fílmica plasma en un objeto, en una acción, una experiencia vital y personal; la imagen informativa va de fuera hacia dentro; la imagen expresiva va de dentro hacia fuera. La imagen expresiva es obra personal de un grupo o de un «autor»; la informativa es impersonal, o en todo caso la autoría definitiva es de la organización o emisora. La información tiende hacia el uso de un lenguaje puramente denotativo, lleva directamente y sin asociaciones al referente. La expresividad encuentra sus máximos recursos en el ámbito de las connotaciones. La estética de la expresividad encuentra su fundamento y fiabilidad en la verosimilitud en todas sus diversas manifestaciones. La información, por el contrario, se basa en la objetividad, en la exactitud con que el signo se refiere al referente.

Incidimos en este punto en las confrontaciones sobre el lenguaje fun-

cional y el lenguaje artístico o expresivo. ¿Se trata de dos sistemas diferenciados o son dos funciones distintas de un mismo sistema? Aunque intuitivamente puedan rastrearse diferencias radicales, es difícil establecer una frontera. El problema está ahí y lejos de vislumbrarse una línea divisoria clara, cada vez que se profundiza más en el tema todo resulta más confuso. El trasvase de códigos de la información televisiva a la ficción fílmica que la práctica establece es continuo.

Las escenas violentas, rápidas e imprevistas han provocado unos sistemas significantes que den la sensación de lo improvisado en la captación de imágenes mediante movimientos bruscos de cámaras, malos encuadres, desenfokes, etc., pero es testimonio del protagonismo de la cámara convertida en sujeto narrador. Tal estilo ha pasado al cine para todas aquellas situaciones que sean parecidas a las informativas: asesinato de una persona, estados psicológicos determinados, etc. Es más, la televisión ha ofrecido unas imágenes de tanta violencia que el cine espectacular para seguir atrayendo al público ha tenido que imitarlas y provocar nuevas y más sensacionalistas violencias. Sin embargo, las imágenes de la violencia real todavía sobrepasan a las imágenes de la violencia imaginada. La violencia más pura del cine utiliza los códigos de cámara improvisada y horrorizada, a veces espantada repentinamente, de la información; por el contrario, la televisión para atraer la atención de la audiencia busca el lado dramático de la situación, las imágenes más violentas hasta rozar lo increíble, la ficción. De esta manera la ficción y la realidad informativa se funden (10).

### LA OBJETIVIDAD

Ante tanta artificialidad y subjetividad por las que atraviesa la información televisual, ¿en qué lugar queda la objetividad informativa? La objetividad absoluta no existe, ni siquiera desde la perspectiva del sistema técnico carente de subjetividad, pues como queda indicado la manipulación técnica es inherente a los equipos empleados por la televisión para captar la realidad y emitir su representación. Sin embargo, cabe la posibilidad de una objetividad relativa que es aquella en la que el informador intenta por todos los medios aproximar el hecho al telespectador lo más fielmente desde el punto de vista en que él se ha situado. Intenta transmitir la idea que él tiene del suceso. Por lo tanto, todo depende de su formación y de su intención en el momento de transmitir el hecho a los demás. No puede prescindir de ver y juzgar la realidad según su personalidad. Su objetividad radicarán en transmitir fielmente su subjetividad, sin

---

(10) El tema se encuentra tratado desde diversos puntos de vista en **«V Semana Internacional de Estudios Superiores de Televisión: 23 al 26 de Mayo 1977»**. Edit. Instituto Oficial de Radiodifusión y Televisión, Madrid, 1978. 125 págs.



engañarse personalmente. Es una cuestión de ética en la que incide un sistema educativo de comportamiento consigo mismo y con los demás. En consecuencia el acto informativo es simultáneamente un acto educativo. El problema de la objetividad se reduce, en última instancia, a una cuestión de ética profesional.

### III

#### *EL TEXTO INFORMATIVO DE LA TV Y SUS CONTEXTOS*

##### *Peculiaridades del texto informativo de la televisión*

Las dificultades para definir el texto informativo de la televisión proceden de la misma estructura de la información. En una primera aproximación podríamos decir que el texto informativo de la televisión en sentido amplio sería el conjunto de datos que ofrece una emisora sobre un suceso desde que lo difunde por primera vez hasta que deja de ser noticia para ella. Esta concepción abarcaría, pues, todas las informaciones dadas a lo largo de varios días y en los diversos servicios informativos diarios, no diarios, especiales e incluso en aquellos programas no informativos en los cuáles se hace referencia a tal información. Sería una concepción horizontal de la información. Pero caben otras posibilidades. El texto informativo coincide con un programa. Ya no se trata de una información, sino de varias y sobre todo divergentes, que se agrupan en una unidad compleja como es el telediario. También puede considerarse como texto la noticia emitida en un telediario desconectado de otros elementos ofrecidos en telediarios anteriores o posteriores. Cualquiera de estas posibilidades puede ser el *corpus* de un texto informativo.

La información televisual todavía tiene otros condicionantes que conviene tenerlos en cuenta antes de entrar propiamente en el texto de televisión. Me refiero en particular al acto de emisión. Dado que la información hace referencia siempre a un suceso y que la manera de ser de la televisión es transmitir en continuidad hay que indicar que el texto informativo está sometido a los siguientes condicionamientos:

a) *Es un texto permanentemente abierto.* Ante la noticia preparada pueden surgir otros elementos que la modifican, amplían, etc. Dentro de una noticia se puede intercalar otra, si surge con mayor interés como sucede en las transmisiones en directo.

b) *El texto informativo sólo queda clausurado cuando ha concluido la emisión.* A partir de esos momentos entran en juego otros elementos que le diferencian de otros textos similares como puede ser el fílmico.

c) *Es un texto invadido de relatividad por la importancia de las noti-*

*cias que congrega.* Con un ejemplo sacado de otro medio próximo a la televisión la aclararemos mejor. Cuando llegó la noticia de la muerte de Juan Pablo I a RNE se recibió como rumor pocos minutos antes de iniciarse «España a las 8»; el Diario Hablado estaba preparado con noticias tan importantes como la de los resultados de la «jornada de reflexión» mantenida entre fuerzas sindicales, empresariales y Gobierno. Estas noticias preparadas pasaron a un segundo y oscuro orden informativo. En el conjunto informativo tenía menos importancia. Esto puede dar idea de que el texto informativo obedece a unas reglas que inciden en su contextura. Perder estas dimensiones es caer en errores analíticos básicos. El texto informativo de la televisión es un texto fugaz, irreversible. Analizar un programa grabado directamente de una emisión es adulterar en parte su esencia. No se ha dado así a los telespectadores. Es decir, el texto hay que considerarlo en el momento en que se está haciendo que coincide con el de su emisión: hay que considerar la hora en que se emite puesto que el autor también lo tiene en cuenta. El texto televisivo sólo puede visionarse una vez y a la hora en que la emisora lo impone; si alguien llega tarde o tiene que ausentarse pierde el programa. Las nuevas técnicas que posibilitan la grabación de cualquier programa en casos en que uno se encuentre ausente de casa, nos llevaría a pensar en otro modelo de televisión o tal vez en otro medio de comunicación diferente de la televisión tradicional de circuito abierto. En contadas ocasiones la televisión repone un programa. El telespectador sólo puede pensar y analizar el programa en un primer y exclusivo visionado. El autor sabe esto y procura huir de complejidades expresivas de vanguardia y trata de llegar de forma directa, sencilla y rápida descodificación.

### *Dimensión paradigmática y sintogmática de la información televisiva*

La realización concreta del discurso informativo de un sistema significativo es resultado de un proceso de selección entre diversas opciones de noticias. Se establece, pues, una oposición entre lo escogido y lo rechazado, entre presencias y ausencias. El informador (el autor) se encuentra con un conjunto paradigmático de posibilidades informativas de las cuáles elige una para organizar una sintagmática, una estructura textual. En el caso del lenguaje audiovisual la selección y la combinación se efectúan en torno al eje de las simultaneidades de imágenes y sonidos en la duración y movimiento interno de los planos y en la ordenación-montaje de los mismos. El doble proceso de selección y combinación es, pues, resultado de complejísimas operaciones previas entre diversas opciones. En el caso de la información conduce al análisis de la información presentada y resaltada y la información solapada, semiocultada o silenciada en el ámbito de la selección. También hay que considerar la ordenación, duración y tratamiento, en el ámbito de la combinación: informaciones asociadas, opuestas, relacionadas, etc. Hay que examinar además las relaciones entre los elementos ausentes pero evocados por los sentidos y símbolos de elementos presentes. Las constantes informaciones sobre viajes de minis-



tros, a pesar de la carencia de importancia informativa, simbolizan «actividad, fortaleza, efectividad, seguridad del gobierno», etc. La información sobre un hecho toma un sentido especial por la presencia de otro: La «paz franquista» era resaltada por la presencia de alborotos en otros países.

Con ello se crea una semantización de presencias y ausencias que gravitan potencialmente en lo educativo al analizarlas en su máxima profundidad enraizada en la oposición «permisión/prohibición» impuestas por los poderes políticos, económicos, religiosos, etc., que controlan y actúan como autores definitivos de la televisión de que se trate.

### *Denotación/Connotación de la información*

Los elementos seleccionados y combinados en el sintagma conforme a un sistema significativo para organizar una determinada estructura textual funcionan en una doble dimensión: una denotativa y otra connotativa.

La denotación es el resultado de la relación necesaria entre el significante y la remisión inmediata a sus significados. Es el lenguaje de la información pura y objetiva. Informadores y audiencia entienden unánimemente lo mismo. La connotación es el conjunto de significaciones añadidas al significado básico; es un elemento subjetivo que puede coincidir con otras muchas personas o no debido al uso particular que hace uno de ellos o que intenta transmitirlos. ¿Es posible la denotación pura en lo audiovisual? Para dar respuesta hay que indicar que el sistema icónico, a pesar de su concreción, es sumamente polisémico. Esta es la raíz del problema. Toda información denota una realidad pero simultáneamente está cargada de connotaciones. La imagen televisiva de un vaso remite al objeto vaso de manera directa pero indirectamente al cómo de su situación y estado; en torno al cual surge un avispero de asociaciones: sed, clase de bebidas, un experto apreciará si es un vaso de agua, de vino tinto o blanco, etc. He aquí otro enfoque de la imposibilidad de una objetividad absoluta.

La denotación y connotación pueden estar orientadas por cualquiera de los componentes del lenguaje televisivo: signos visuales, signos sonoros, signos audiovisuales, montaje interno, montaje externo, upermontaje de programas, contextos intratextuales y extratextuales cada uno de los cuáles con sus redes sígnicas peculiares. Los componentes del hecho captados conforme a unas peculiaridades denotativas y connotativas pierden parcialmente su aislamiento y se unen a otros para configurar entre todos nuevos aspectos denotativos y connotativos. Tanto las denotaciones por la selección de referentes como las connotaciones vehiculan unos valores educativos. Para el estudio de estos valores se ha seguido una metodología que en sus puntos esenciales reseñamos a continuación.

### *Lectura del texto informativo de la televisión*

La lectura del texto informativo de la televisión debe tener en cuenta los elementos específicos, lo cual exige un doble proceso. En el primero hay que establecer una lectura simultánea de imágenes y sonidos. Desdoblarlas o dar preferencia a una sobre otras es perder una dimensión de interrelaciones sincrónicas o asincrónicas. Debido al carácter polisémico y vago, aunque a la vez concreto, de la imagen se requiere un elemento abstracto capaz de recoger conceptualmente la información. Es una doble vía de interrelaciones entre imagen y sonido. La información de un suceso encuentra su mejor vehículo conceptual en la palabra, mientras que la imagen es más apta para la representación. La lectura exige además la comprensión del funcionamiento del lenguaje y del pensamiento. El texto informativo de la televisión se presenta en un ámbito secuencial que desborda las coordenadas de la información cinematográfica. La información televisiva se sitúa en la unidad del programa al que pertenece, pero además se enmarca en una dimensión superior o supermontaje de continuidad programática que relativiza su sentido en el conjunto total de la entidad programadora. El texto informativo de la televisión pertenece a otra red de interconexiones con los otros medios informativos particularmente con la prensa y la radio. De esta manera el texto informativo de la televisión está envuelto en unos contextos que una lectura sería no puede soslayar. De ahí que en los análisis diferenciamos a) *entre los contextos propios del texto* que podrían denominarse *contextos intratextuales*, b) *el contexto extratextual* o contexto programático y televisivo general que sitúa el texto en relación con otros textos: dramáticos, culturales, diversivos, etc., y finalmente c) el contexto que se establece en el ámbito informativo con los del mismo u otros canales de televisión y con los textos de los otros medios que denominamos *intertextos*.

## IV

### *LECTURA EDUCATIVA DE LA INFORMACION TELEVISUAL*

La programación televisiva es un vehículo de la ideología del grupo que la domina. Mientras el telespectador no ejerza un juicio crítico de lo que recibe, los mensajes entrarán en su vida sin discernimiento alguno. Entre lo diversivo, lo persuasivo, lo informativo, se filtran concepciones del mundo, puntos de vista de otras personas que intentan atraerle o confirmarle en la ideología, mientras le ocultan la de otros. Ningún mensaje es neutral, ni inocente.

Lo educativo en el ámbito de la información no es un apartado encasillado dentro del texto total. Es uno de los niveles en que se organiza. Un texto es susceptible de múltiples lecturas. Depende de la óptica adoptada.



Aquí nos ha interesado examinar el nivel de significación educativa presente en los textos informativos.

Con el análisis no se trata de separar y aislar lo que forma un bloque unitario. Los programas son la concentración de diversos textos cada uno de ellos con una carga emocional e ideológica peculiares. Será tanto más vivo, más atractivo, interesante y perdurable cuanto más reúna todos los valores. De ahí que lo que pretendemos es optar por una perspectiva educativa y efectuar un zoom sobre la información televisual, transmisora de sistema de valores, orientaciones de la personalidad, incidencia de la sensibilidad, afectividad de las personas y de la sociedad global. La semiótica educativa se concentra sobre todos los códigos susceptible de catalogación. Nunca se sabe cuáles son los que la audiencia tan heterogénea va a descodificar con mayor influencia en su vida, tanto en un sentido funcional como disfuncional, tal como lo ha comprobado la sociología. La semiótica se encarga de detectar la ideología subyacente tras los signos elegidos para representar informativamente unos hechos.

Así, pues, nos fijamos sólo en lo embrionario, en lo potencial. Por los síntomas apreciados, emitimos un diagnóstico. Sobrepassarse sería caer en el campo de la sociología, en la relación del discurso con el receptor. Los resultados de múltiples investigaciones nos han conducido a unas primeras conclusiones.

Desde la perspectiva de la semiótica educativa hay que indicar que la televisión al impedir técnicamente la comunicación directa o intercomunicación entre emisora y telespectadores (minoría y mayoría) y exaltar la difusión de mensajes (textos) unidireccionalmente ejerce una incidencia en el receptor aunque no sea más que la puramente informativa tal como lo ha destacado Luis J. Prieto (11).

La televisión desencadena los factores de persuasión latentes en la información. Actúa como espoleta. La información sobre la edición de una novela o sobre la existencia de un museo desconocido aumenta la venta del libro o provoca colas ante el museo. Los programas, por ejemplo, sobre temas históricos más que un servicio para un conocimiento exhaustivo de la historia es un reclamo de otras lecturas, animaciones culturales, etc. En la República Federal Alemana con motivo de la serie «Holocausto» (un docudrama con elementos fundamentalmente de ficción y otros de documentación informativa), pasada por televisión ha provocado una reflexión nacional sobre la propia historia de la segunda guerra mundial. En varias universidades según información del *Neue Zürcher Zeitung* del 15 de marzo de 1979 se han organizado cursos y seminarios sobre el tema de la persecución de los judíos.

El tema ha sacudido a la República Federal ante las atrocidades cometidas. Se ha acusado a la televisión de trivialización de los temas. Y efecti-

---

(11) PRIETO, Luis J.: *Pertinencia y práctica. Ensayos de Semiología*. Edit Gustavo Gili, Barcelona, 1977. 156 págs.

vamente actúa de esta manera en aquellos casos en que intenta presentar los hechos como algo dogmático «ocurrió así y no de otra manera». Con esta actitud usurpa el juicio de los espectadores y de los estudiosos. Apenas hay temas en los que todos los investigadores estén de acuerdo. Desde el momento en que la televisión plantea una perspectiva y oculte las demás no sólo trivializa sino que falsea los temas. Esto es lo más grave. Sin embargo, si la televisión no sobrepasa el punto del mero planteamiento del problema, siempre que ofrezca diversas pautas del mismo u ofrezca un hecho, sino que ha provocado el surgimiento de otros matices, otros aspectos de un tema que habían sido tabú en televisión, aunque no en otros medios como el teatro (recuérdense las obras de Peter Weiss) y el cine. Ahora se preparan otras series documentales sobre el mismo tema pero con la ampliación y universalización del problema a los crímenes de guerra de los nazis, de los americanos (Vietnam), o de los franceses, (Argelia).

La televisión incide en una pedagogía de imposición y aseveración por varios planteamientos que susciten interés por el tema, habrá cumplido su función. La serie «Holocausto» no sólo ha despertado las conciencias ante la carencia de plenitud comunicativa del medio. El sistema de difusión de la televisión es no dialógico. Va de una minoría (fuente-autor) a una mayoría (público receptor). La ideología expresada es la de esa minoría, sea cual sea la tendencia del grupo dominante: política, económica, religiosa. La tarea que se impone es precisamente la de la búsqueda de una comunicación que sacuda la tendencia a la pasividad mediante la participación y la interacción del telespectador con la emisora. Hay que indagar nuevos códigos de implicación. La televisión en lugar de independizarse cada día está más en manos de los poderes políticos, económicos o ideológicos; de cada país. Sólo la BBC ha logrado una gran holgura y autonomía profesional. En los demás países, incluso en aquellos en los que se ha dado entrada a representantes de la sociedad y se ha establecido unos controles cuyo modelo democrático sería el parlamentario, no ha podido evadirse de las manipulaciones interesadas. El control parlamentario está siempre más inclinado hacia el grupo dominante que impone sus criterios y filtra la información.

La televisión al concretar mediante la representación icónica la realidad reduce las posibilidades de fomentar la imaginación del espectador, a diferencia de lo que realiza la radio. Sin embargo, la imagen presenta unos aspectos polisémicos que incitan y provocan al espectador a que proyecte en el momento de la lectura su imaginación y creatividad.

Las peculiaridades de deformaciones que la mediación técnica impone a la realidad como hemos indicado con anterioridad, pueden introducir aberraciones en lo discursivo. El cine efectúa también una deformación de la realidad, pero se acepta como se admite cualquier lenguaje convencional para plasmar unas ideas. Sin embargo, en el caso de la televisión a la que se le exige, no una convención sino una fidelidad, se rechaza. Es la diferencia entre lo admitido como ficción y lo rechazado como sustituto de la realidad.



La televisión difunde tan rápidamente la información que dificulta la retención y la reflexión sobre las noticias. Priva al telespectador de la valoración necesaria de los hechos. La realidad en la auténtica información televisual le llega no por vía del concepto, del juicio y raciocinio sino por vía perceptual, sensible, y, en definitiva, de los sentimientos. Las imágenes no propician la reflexión, sino la emoción. Conmueven. Como ha escrito Maury Green «si se elige lo que excita y no lo que deja indiferente, lo dramático y no lo opaco, la imagen y no la palabra, se elige también a menudo la acción y no el pensamiento, el suceso y no el problema, el efecto y no la causa, la personalidad y no la idea» (12). De ahí que para corregir esta directriz la información televisual tenga que acudir insistentemente a la palabra no sólo por su capacidad de concisión conceptual sino también para delimitar, orientar, fijar, contrarrestar las imágenes. Lo que la imagen dice por sí sola es muy poco (el proverbio chino de que «una imagen vale por mil palabras» no deja de ser un cuento chino), se agota en el momento en que se expone al telespectador. Las imágenes para vehicular una información capaz de llegar al telespectador en todas sus dimensiones requiere la palabra.

La televisión resalta el factor consumista de la sociedad no sólo directamente con la información persuasiva de la publicidad, sino también por la presentación de modelos de vida, comportamientos y, en general, con la información que selecciona.

La televisión presenta las informaciones cargadas de juicios de valor no sólo a través del lenguaje articulado fundamentalmente por el uso constante de adjetivos, sino también a través de la selección de imágenes cargadas de ponderaciones, juicios, valoraciones, etc. No se separa claramente lo que es noticia pura de lo que es opinión personal o de un grupo.

¿Qué acontecimientos transmite la televisión de la vida nacional o internacional? El uso de las transmisiones en directo es restringido casi en exclusiva para los acontecimientos deportivos, taurinos, algún acto protocolariamente político. Desde el punto de vista informativo el tema del «Mundial 82» llena más horas en televisión que el problema del paro laboral. Acontecimientos que la información impresa resolvería en pocas líneas de páginas interiores, la televisión los exalta con una programación de horas como sucede con los partidos futbolísticos. Se trata de *hipoacontecimientos* elevados a símbolos de *hiperacontecimientos* con incidencias profundas en la conducta, comportamiento y hábitos de una sociedad: hogares llenos a determinadas horas, y calles sin circulación motivado por un programa televisivo, etc. ¿Estos acontecimientos son los representativos de la sociedad durante ese día o durante esa semana? Por supuesto que no, pero estos son los valores que la televisión transmite con mayor asiduidad e importancia temporal desde la perspectiva de la programación. No obstante, no conviene olvidar que tal vez haya sido la sociedad la que

---

(12) GREEN, Maury: **Periodismo en TV**. Edit. Troquel. Buenos Aires, 1973. Págs. 12.

haya caído en esta subversión de valores. ¿Quién ha originado esta cadena? La respuesta deberán aportarla los sociólogos.

La televisión crea nuevos mitos (según la concepción popular), ideales, valores dentro del sistema establecido sin que nada pueda apartarse de ello. Tales modelos pertenecen además a una determinada clase social: media-alta y alta. Los análisis arrojan datos referidos a casas de lujos inasequibles para la mayoría de los ciudadanos, modelos de vida derrochadora coincidente en gran parte con la iconología de las revistas de corazón, presencia constante del hombre y mujer de gran belleza y atractivo; si no lo tienen por su natural se le refuerza mediante el maquillaje; es sintomático que todo entrevistador y entrevistado en estudio tengan que pasar previamente por los maquilladores. Los protagonistas de noticia, los presentadores, los personajes-noticia se refieren constantemente a políticos, personas bien opuestas, deportistas, estrellas, etc. Por el contrario, se detecta la ausencia de investigadores, pensadores, artistas, políticos contrarios al sistema imperante, etc. La reiteración expositiva de los modelos de cualquier tipo conduce al cansancio, al agotamiento. Esta acción televisiva, en unión con otros factores sociales, incide en la renovación de los modelos. La sin investigaciones actuales indican que este cambio se produce no por tiempos generacionales sino aproximadamente cada cinco años. Los modelos cambian; sin embargo, no es ni más ni menos que una renovación natural de las células. El cuerpo orgánico de las funciones que cumplen los modelos son inmutables. Cambia la moda, el maquillaje del cuerpo, la máscara de la representación teatral, pero los actores, las acciones permanecen invariables. De esta manera la televisión consolida las creencias, perpetúa los valores oficiales del momento, disimula y oculta las tensiones sociales y políticas del país. Actúa educativamente, como un factor de ejemplarización. Con palabras del maestro Fernández Asís podemos decir que «En la relación espectador-pantalla aquél se acostumbra a considerar como públicas y valederas para hacer en público todas las acciones representadas en la pantalla y tiende a imitarlas» (13).

La televisión insiste en la presentación del sistema de valores y de la ideología dominantes en una sociedad a través de las noticias más representativas. Es continuadora de lo establecido. Apenas introduce elementos revulsivos y cuando lo hace es más como coartada de su pseudoliberalismo que como sentimiento y deseo de aquellos que la tienen inmovilizada. Difunde mensajes sin plena libertad, amordazada. Lo revolucionario sólo aparece cuando es impuesto por la propia revolución cuando llega, e incluso en estos casos, como sucedió en Portugal, es nuevamente amordazada por quienes pasan a ocupar el poder político.

La transmisión del sistema de valores se refiere a los del grupo dominante de la televisión no a los predominantes en una sociedad pluralista

---

(13) FERNÁNDEZ ASÍS, V.: *La información por TV en «Cuadernos de Documentación»*. Número 21. Instituto Oficial de RTV. Madrid, Febrero, 1976. Págs. 21.



que puede ser que coincidan o no con los del grupo. Por supuesto en un régimen democrático de televisión están más próximos a los de la sociedad que en un régimen autoritario y dictador.

En esta línea conservadora, la televisión en su relato informativo, tiende a la nivelación, a la «generalización» (14) de importancia de los hechos, no sólo por la continuidad con que aparece lo trivial, anecdótico y fútil junto a lo patético y grave, sino por la valoración que se puede hacer de los hechos, aunque profesionalmente se intente corregir mediante el otorgamiento de unos tiempos, unos tratamientos y un orden adecuados para cada noticia. Pero es un hecho comprobado diariamente que no siempre las primeras y más valoradas noticias de la televisión coinciden con las de primera página de los periódicos. Al menos los análisis intertextuales efectuados nos han llevado a esta conclusión.

Asimismo hemos podido llegar a través de los análisis efectuados, confirmantes a su vez de los alcanzados por otros autores que partieron de puntos diferentes, a las siguientes conclusiones:

La metamorfosis producida por la técnica y las peculiaridades expresivas de la información televisiva provoca, además del vedetismo y «culto a la personalidad» del informador y de las personas objeto de información como queda indicado anteriormente, otros tres elementos que quisiera subrayar: *el dramatismo*, *la exaltación de lo extraordinario* y *la espectacularización*, elementos que si no son corregidos por el informador tienden a la deformación de la realidad y, en consecuencia, a la deformación y aberración educativa del telespectador.

Debido al agotamiento informativo de las imágenes por la reiteración de las mismas u otras similares (recepciones y despedidas oficiales en aeropuertos, inauguración de obras, viajes ministeriales, y aún imágenes de muerte, imágenes bélicas, etc.), la televisión busca imágenes nuevas, cada vez más llamativas hasta caer en el *dramatismo*. Las imágenes bélicas, por ejemplo, cada día aparecen más ensangrentadas, lo sasesinatos cada vez más a bocajarro. No es tanto porque los sucesos sean más cruentos, sino porque a la hora de seleccionar se escoge aquello que tenga más novedad, que sea más inusitado, que no se haya visto nunca. El resto de las imágenes que hace años provocaban todavía agobio, encogimiento de corazón e irritación, en la actualidad se desechan por falta de garra informativa, por reiterativas y, en definitiva, por carencia informativa. Se ha pasado por el afán de novedad a la aberración de seleccionar y programar lo nunca visto, lo más espezlunante, exacerbado, la sangre a borbotones, la muerte truculenta. Nos referimos a las imágenes reales que se pasan frecuentemente por televisión (no sólo la española sino cualquier televi-

---

(14) Precisamente lo que más persiste de la información visual es lo banal. Del viaje de Juan Pablo II por países iberoamericanos la imagen que más dio la vuelta al mundo fue la del Papa con el sombrero mejicano puesto. La prensa gráfica insistió en ella casi exclusivamente. La televisión hizo lo mismo. De esta manera algo carente de interés informativo se superestima y se convierte en símbolo de un viaje diplomático.

sión extranjera) y no de ficción, aunque cada vez las fronteras de ambos campos sean más difíciles de establecer como queda indicado.

En los últimos años se ha llegado en esta línea a la creación de un nuevo género informativo: *el docudrama* (15). No es del todo una aportación novedosa y original de la televisión, pues hace tiempo la literatura, especialmente el teatro de Peter Weis, ya lo ha empleado. Pero es precisamente por la búsqueda intensiva de la novedad informativa como se ha llegado a la total unión de fronteras. El docudrama intenta reflejar informativamente unos sucesos en los que introduce la técnica dramática de la ficción. La realidad es tratada con la artificialidad y convencionalismo de lo puramente dramático. Se busca el lado de interés de las cosas, como si estas carecieran de garra suficiente para atraer al telespectador. Un ejemplo por sus planteamientos iniciales podría ser «La España de los Botejara» pero el tratamiento y desarrollo condujo a un estrepitoso fracaso.

Se llega de este modo a que lo que la información televisiva presenta al telespectador no es el ámbito y transcurrir normal de la sociedad, sino *aquello que se sale de lo ordinario*. Los manuales clásicos de información siguen insistiendo en que lo informativo es que un hombre muerda a un perro y no a la inversa por ser lo cotidiano. De ahí que se haya pasado a dar y que cada vez se busque con mayor intensidad una *información de lo extraordinario, de lo anormal, de lo insólito, en detrimento de lo cotidiano*. Los hechos que con mayor frecuencia aparecen en la pantalla son los de accidentes, catástrofes, crímenes, asesinatos, golpes de estados, atentados, muertes, especialmente cuando se dispone de alguna imagen. Cuando no se dispone de este tipo de noticias se suele decir que es un día informativamente vacío y se llena con otros hechos poco noticiables pero a los que se les busca el lado noticiable, el aspecto novedoso. Programas como «Vivir cada día» nacido para recoger la vida corriente de las personas, profesiones y trabajos es relegado en la programación a horas de baja audiencia por su escaso interés informativo a pesar de que también en él se selecciona lo excepcional dentro del ámbito de lo cotidiano.

Si hubiera que hacer la historia —como se ha querido definir el periodismo: «la historia de cada día»— con lo que la televisión ofrece en sus informaciones, tendríamos la historia de una sociedad catastrófica, convulsionada por asesinatos, una sociedad anormal, etc.

De esta forma la realidad se metamorfosea en *espectáculo*, es decir, en aquello que como escribe Cazeneuve «está hecho para interesar» (16). Se *exalta lo accidental a través del espectáculo*. La televisión por su magia convierte incluso lo anodino en un espectáculo. El suceso es reemplazado por su doble artificial. Las emisiones de televisión han abundado en

(15) BAGET HERMS, José María: **Fundir lo real y lo imaginario. El dramático documental, un nuevo género televisivo.** (Resumen de su tesina). En «Mensaje y Medios». Número 5, Octubre, 1978. Págs. 13-17.

(16) CAZENEUVE, Jean: **El hombre telespectador.** Edit. Gustavo Gili. (Collec. Punto y Línea). Barcelona, 1977, págs. 53.



el sentido de lo convencional; luego, ante el tedio han acudido al recurso del escándalo, de lo marginal, hasta tal exceso que ha acabado imponiendo una vuelta a lo convencional. La televisión según la feliz concepción de Cazeneuve es mercader de ilusiones o vertedero de catástrofes; siempre ayuda a que el hombre salga de sí mismo. El cine, por el contrario, crea necesariamente un corte entre lo espectacular y lo real. En el transcurso de todo esto aletea una cuestión que se sale de nuestro cometido, pero conviene dejar constancia, al menos como interrogante. ¿Se complace la sociedad actual con la visión de sus propias truculencias? ¿Por qué ese interés «voyeurista» de contemplar sus propias lacras? ¿Vivimos en una sociedad masoquista?

También es cierto que en el fondo de esta cuestión laten elementos que no son exclusivos de la sociedad actual, sino de toda la historia de la humanidad. Nos referimos a la dimensión mítica del relato informativo. Cazeneuve lo ha resaltado en «El hombre telespectador» y «La sociedad de la ubicuidad» (17) y Furio Colombo lo ha analizado en algunos hechos concretos en su obra de título tan significativo como el de «Televisión: la realidad como espectáculo» (18) que sobreabunda en lo indicado aquí. Colombo aplica en particular el modelo de la fábula al servicio periodístico y más en concreto a la entrevista televisiva. «En la entrevista, escribe, es donde se realiza, sobre todo, la relación entre noticia y fábula. El bosque del camino está lleno de voces tal vez auténticas o tal vez no, acaso de «ayudante» y acaso de «enemigos». En cualquier parte siempre hay un mago o un experto que es capaz de resolver la duda y describir con exactitud la prueba a superar. O bien la persistencia del héroe —el único que, como la televisión, no se rinde y «llega hasta el fondo»— proyecta luz y consigue el «final feliz», que consiste en la recomposición armoniosa de todos los fragmentos del drama» (19). El relato mítico va desde el «conectamos con...» o «a continuación les ofrecemos...» equivalentes en el ámbito de la fábula al «érase una vez...», hasta el héroe de la aventura, que en apariencia es el autor del reportaje pero, en definitiva, siempre es la emisora, que sale triunfante de la prueba a la que es sometida por los sucesos. Seguimos el relato sabiendo de antemano el final feliz. En caso de morir el cronista, el héroe sería la propia televisión que transmite el acontecimiento. Nunca muere, siempre triunfa.

He aquí, pues, que la televisión de su función de mediadora entre la realidad y el telespectador se convierte en subvertidora de la realidad circundante del telespectador. Es una selectora de hechos y personas que no responden a la realidad diaria y vital de una sociedad, sino sólo a aquello que se sale de lo normal y que por eso es novedad y consecuentemente noticiable según los cánones académicos.

---

(17) CAZENEUVE, Jean: **La sociedad de la ubicuidad. Comunicación y difusión**. Edit. Gustavo Gili. (Colec. Comunicación visual). Barcelona, 1978.

(18) COLOMBO, Furio: **Televisión: La realidad como espectáculo**. Edit. Gustavo Gili. (Colec. Punto y Línea). Barcelona, 1976.

(19) Ibid. págs. 103.

De esta manera las noticias se refieren siempre no a lo estable sino a lo cambiante. En parte coincide con el comportamiento humano. Cuando nos encontramos bien no lo decimos. Sólo hablamos de nuestro estado de salud cuando padecemos alguna enfermedad o nos afecta un dolor, un accidente. Sólo hablamos de lo que sale de lo normal. Las noticias de la buena salud no son noticiable.

Este mundo de desórdenes y de convulsiones de la sociedad que la televisión ofrece no es más que un desorden dentro de un orden establecido. Para la televisión no sobrepasa nunca la relación existente entre un brazo partido por accidente y el resto del cuerpo. Es un mal que no preocupa excesivamente al cuerpo entero. Como escribe Green «en una sociedad totalitaria tales noticias serían suprimidas «en interés de la nación». Una sociedad que defienda la libertad prefiere mirarse en sí misma abiertamente con defectos y todo» (20).

Aunque estas últimas palabras contrasten con lo apuntado anteriormente, es decir, el contraste entre la transmisión de los valores dominantes o establecidos y la presentación de alteraciones de orden y la sensación de una sociedad angustiada y sobresaltada, sin embargo, es una paradoja aparente más que real. La televisión no modifica fundamentalmente la función mediata dirigida a mantener y promover las pautas de comportamiento y no subvertir los intereses de quienes la dominan. Lo único que sucede es que el marco de análisis debe ampliarse a una esfera superior. En este sentido lo que yo denomino macrosemiótica informativa, es decir, la semiótica que amplía su campo de análisis más allá del texto y sus contextos hasta instalarse en la órbita del ámbito de lo social, económico, político y, en definitiva, de la cultura de una sociedad determinada, es la que entra en funcionamiento. En caso contrario se perderá la dimensión definitiva del mensaje televisivo y en consecuencia su nivel educativo. En la información televisiva, por ejemplo, se selecciona como hecho noticiable un incendio como algo que se sale de lo normal y que subyuga al hombre, pero no se considera como hecho noticiable el problema del aborto, de drogadictos, homosexuales, etc., (cuando se hace es sólo como ejemplo y modelo que no debe seguirse por las aterradoras consecuencias a que conduce) que también se sale de lo normal. Pero en realidad representan otro universo de valores. El fuego intimida para que no se cometa; los drogadictos, homosexuales, abortos, etc., pueden ser una tentación imitadora. Consecuentemente su información se desecha en general del ámbito de la televisión.

Si se informa de algunos casos noticiables que se salen del sistema establecido es como coartada de la inexistencia de censuras, tabúes, de unos valores impuestos. Todo está permitido hasta que no ataque las bases de esos sistemas de valores. En cuanto se aproximan, la imposición del orden es inmediata con todos los resortes establecidos, no sólo de

---

(20) GREEN, Maury: Op. Cit. Págs. 19.



prohibiciones de la emisión de la noticia, del programa, etc., sino de la ausencia de las personas que sustentan esas ideas aunque opinen sobre otras materias no atentadoras del sistema. Como último recurso se establecen incluso unas leyes que mantengan a todo trance el sistema. En nombre de ese orden se prohíben determinadas informaciones sobre ataques a personas, instituciones, etc. Es decir, se prohíbe toda información con determinadas cargas denotativas o connotativas que subviertan o ataquen esos valores establecidos. Se impide la información sobre movimientos políticos, sociales, ideológicos que tengan algún matiz revolucionario del orden. Este tipo de mensajes permitidos y difundidos por el cine social, político, erótico, etc., es rechazado radicalmente de la televisión. Nada de esto se ha visto en ninguna televisión sea el país que sea.

A la hora de valorar la información no siempre se fundamenta en el contenido y en la importancia de la información sino en otros apoyos de exigua justificación. ¿Qué es más importante, la bajada por la escalerilla de los aviones de personalidades políticas sin que se informe de lo que vienen a hacer al país, lo que sería de provecho para todos los telespectadores, pero que no quieren informar de ello, o la información de unos trabajadores que se encierran en una fábrica que sí quieren informar de los motivos y objetivos de su actitud? En esta relatividad de valores es en la que se maneja toda la ideología, todo un sistema de valores establecidos. La información televisiva mantiene la situación, no la subvierte. Sólo el cine underground, la televisión «independiente» en el caso italiano, los medios alternativos buscan la denominada contrainformación de aquellos hechos, ideas, etc., de los que nunca se informa por atentan contra el sistema (21). De hecho, en cuanto actúan o informan de esas realidades ocultadas o al menos ausentes de los textos informativos de la televisión, inmediatamente los gobiernos los sofocan con todos los medios posibles.

Todo esto nos conduce finalmente a la consideración de un distanciamiento entre la realidad que la televisión muestra en sus servicios informativos y la realidad de la sociedad en que se desenvuelve el telespectador. Un distanciamiento que va desde la misma esencia de la técnica que modifica la realidad y las imágenes perceptuales que bloquean lo conceptual, hasta las adulteraciones procedentes de la mediación humana, tanto por parte de los informadores que introducen sus subjetividades, como por parte de aquellos que no permiten que las cámaras capten lo que la sociedad quiere ver, que las echan de sus reuniones y decisiones para dar al final no la realidad de lo que allí ha ocurrido, sino aquello que los reunidos quieren decir según sus intereses.

Ante estos hechos cabe recordar al humorista de «Saturday Review» que escribía al pie de un dibujo en el que se representaba a un informador

---

(21) Véase mi artículo referido a la radio «Las nuevas radios. Una revolución contra-informativa». En «Mensaje y Medios». Número 8. Págs. 25-30.

ante las cámaras al iniciar el telediario: «Como servicio público no vamos a transmitir las noticias esta noche» (22).

Todo ello lleva embrionariamente una educación que incide en el desarrollo de la personalidad del telespectador en su permanente «aprender a ser». De esta manera el informador de televisión actúa, sin proponérselo, como educador de la sociedad.

### CONCLUSION

La televisión lejos de ofrecer una lectura fácil de su sistema textual como se cree con excesiva ligereza, presenta una organización muy compleja. Lamentablemente su estudio apenas si ha penetrado de forma subrepticia en el programa de alguna asignatura de Bachillerato y Formación Profesional como parte de un tema dedicado al lenguaje de los medios de comunicación. Puede decirse que su estudio está alejado de las aulas. No se si debido a la poca importancia que las autoridades académicas y planificadoras de estudios dan al tema, o a la estimación de que no existe un profesorado idóneo para impartir tales enseñanzas. Me resisto a admitir cualquiera de los dos planteamientos por el alto grado de miopía que manifiestan. La sociedad actual, tal como lo demuestra la investigación de audiencia, pasa, no sólo en España, sino también en la mayoría de los países, varias horas al día frente al televisor, exponiéndose a todo tipo de mensajes, especialmente informativos, los cuáles repercuten en los modelos de comportamientos, concepción de la vida, pensamiento, etc. Las convenciones de televisión y educación celebradas en Barcelona, el seminario permanente de tecnología educativa de las ICES, las investigaciones y cursos realizados por el Instituto de Radio y Televisión, la existencia de graduados procedentes de las antiguas Escuelas y de las actuales Facultades de Ciencias de la Información, etc., son la mejor réplica al segundo argumento. Un inicio a lo que los medios de difusión representan en la actualidad y una preparación para que el hombre desde la edad escolar aprenda a enfrentarse con ellos, sería uno de los mejores antidotos frente al vasallador potencial educativo/antieducativo de sus propuestas textuales. Hay que destacar en contrapartida que la acción debe partir previamente de la propia televisión con una concepción educativa de la realidad que ofrece y en particular de los informadores. La responsabilidad es de todos.

Por ello se desprende, como conclusión, la necesidad y exigencia de que los informadores por sus posibles influjos en la sociedad actual para

---

(22) Recogido en FANG, Irving E.: **Noticias por Televisión**. Ediciones Marymar. Buenos Aires, 1977. Pág. 11.



configurar la personalidad de los telespectadores sean conscientes de la función educativa que cumplen paralelamente a la informativa con tanta o más incidencia que la efectuada por los educadores durante el período escolar, pues su acción será permanente y casi exclusiva para la mayoría de los telespectadores desde que abandonan las aulas. Su trabajo es el de mediador y no el de un impostor; el de un investigador y no el de un encubridor de los aspectos, antecedentes, consecuencias, etc., de los hechos para situarlos en sus contextos con el fin de que el espectador con toda la información que le han recopilado emita un juicio crítico sobre los hechos. Actúa como un documentalista que recopila todos los datos informativos necesarios para que otra persona, el telespectador, emita un juicio sin necesidad de dedicarse personalmente a tal investigación. Todo acto que disminuya esta posibilidad será coartar su libertad y su responsabilidad. El informador deberá hacerlo aproximándose en lo posible a la objetividad y evitando sus juicios personales. No debe ser intérprete de lo que debe interpretar el oyente. Se le exige que intente descubrir la verdad allí donde se encuentre, que busque la información encaminada hacia la liberación del individuo y de la sociedad de cualquier asechanza manipuladora y de cualquier poder.

Dicen que en Estados Unidos se compara la televisión al estado del tiempo atmosférico. Todos hablamos de él, pero nadie puede cambiarlo. Quisiera cerrar el trabajo con la esperanza que abre el nuevo Estatuto de Radio y Televisión en España para la presentación de una información que se aproxime a los hechos —a todos, sin exclusión alguna— que de verdad interesen para el desarrollo permanente de la vida humana en sus comportamientos personales y convivencia social. La televisión, nacida para difundir a todas partes el presente, no puede quedarse en un mero retrovisor con parabrisis empañado o roto. Su misión es la de propagar una información y, paralelamente, una educación sobre la actualidad, desde la actualidad y para la actualidad. La pedagogía de la información se orienta hacia la presentación de la multiplicidad de puntos de vista ante los hechos sin ocultar ninguno. La semiótica analiza no sólo lo presente, sino también lo ausente del texto. Frente a la impositiva y unidireccional televisión, el Estatuto abre el camino al diálogo, a la expresión de todas las informaciones, y, en último extremo, el recurso al derecho de réplica.

Desde esta perspectiva se contempla la necesidad de una programación que ayude al telespectador a desarrollar una práctica analítica conducente a la autoprogramación de aquello que defienda y difunda sus valores respectivos, lo cual lleva a un Ente, que tiene como función el servicio público, a elaborar una programación en sus diversas parcelas, que esté al servicio de manera directa o indirecta y, por tanto, que no sea contraria, al desarrollo de la persona según los principios y derechos reconocidos en las declaraciones en el ámbito de la ONU y concretadas en nuestro país en el consenso constitucional.

Para todo esto se requiere dar un giro copernicano a la televisión con el objeto de que, en lugar de imponer una cosmovisión dirigida al control

del telespectador, se organice una televisión dialogante, liberadora del hombre y democrática, que diferencie la información, de las opiniones y respete la pluralidad de valores políticos, religiosos, culturales, lingüísticos, etc., a fin de que el telespectador opte libremente por los más acordes con el desarrollo individual y social de su personalidad.

### BIBLIOGRAFIA

- AA. VV.: **Jornadas sobre psicopedagogía de la imagen visual**. ICE, Universidad de Barcelona, 1972.
- AMO BARRIO, Carlos del: **Cine didáctico**. Edit. Instituto Nacional de Ciencias de la Educación. Madrid, 1978.
- BALDELLI, Pío: **Comunicación audiovisual y educación**. Ediciones de la Universidad Central de Venezuela. Caracas, 1970.
- BALL, Raymond: **Pedagogía de la comunicación**. Edit. «El Ateneo». Buenos Aires, 1972.
- BULLAUDE, José: **Enseñanza Audiovisual: Teoría y Práctica**. Edit. Universitaria. Santiago de Chile, 1970.
- BUSQUETS, Lluís: **Para leer imágenes**. Edit. Publicaciones ICCE. Madrid, 1977.
- CASSIRER, H. R.: **Televisión y enseñanza**. Hachette. Buenos Aires, 1964.
- CASTAÑEDA YAÑEZ, M.: **Los medios de Comunicación y la tecnología educativa**. Edit. Trillas. México, 1978.
- COSTA, D.: **La imagen y el impacto psicovisual**. Zeus. Barcelona, 1971.
- CHALVON, M. y otros: **L'enfant devant la télévision**. Edit. Casterman. París, 1979.
- DE KORTE, D. A.: **La televisión en la educación y la enseñanza**. Edit. Paraninfo. Madrid, 1969.
- ESCARPIT, Denise: **L'enfant, l'image et le récit**. Edit. Mouton. París, 1977.
- GIACO-MANTONIO, Marcelo: **La enseñanza audiovisual. Metodología didáctica**. Edit. Gustavo Gili. (Colec. Punto y Línea). Barcelona, 1979.
- GORDON, G. N.: **Televisión educativa**. Edit. Uthea. México, 1966.
- GUTIERREZ, Francisco: **Pedagogía de la comunicación**. Edit. Humanitas. Buenos Aires, 1975.
- JACQUNOT, G.: **Image et pédagogie**. Presses Universitaires de France. París, 1977.
- KIEFFER, R.: **Enseñanza audiovisual**. Troquel. Buenos Aires, 1968.
- LIEBERT, R. M. y otros: **La TV y los niños**. Edit. Fontanella. Barcelona, 1976.
- LORENZO DELGADO, Manuel: **El potencial educativo de la televisión**. Edit. Asociación del profesorado estatal de EGB. Granada, 1978.
- Mc KOWN, H. C. y ROBERTS, A. B.: **Educación audio-visual**. Uthea. México, 1973.
- METZ, Christian: **Images et Pédagogie**. En «Communications», número 15, 1970.
- MONTAGNER, H.: **L'enfant et la communication**. Edit. Pernoud/Stock. París, 1978.
- NORBIS, G.: **Didáctica y estructura de los medios audiovisuales**. Edit. Kapelusz. Buenos Aires, 1971.
- SCHMIDBAUER, M.: **Une Semaine de Télévision éducative en Europe**. Edit. Council of Europe. Strasbourg, 1971.
- SCHRAM, W. y otros: **Televisión para los niños**. Edit. Hispano-Europea. Barcelona, 1965.
- SEMINARIO PERMANENTE DE TECNOLOGIA EDUCATIVA DE LA RED INCIE-ICES: **Lectura y análisis de la imagen**. Instituto de Ciencias de la Educación. Universidad de Extremadura. Badajoz, 1977.



SEMINARIO PERMANENTE DE TECNOLOGIA EDUCATIVA DE LA RED INCIE-ICES: **Ade-  
cuación de los medios audiovisuales al desarrollo psíquico del alumno.** Instituto de  
Ciencias de la Educación. Santander, 1978.

TADDEI, Nazareno: **Educación con la imagen.** Edit. Marova. Madrid, 1979.

TARDY, Michel: **El profesor y las imágenes.** Edit. Planeta. (Colec. Paideia). Barcelona, 1978.

TARRONI, Evelina: **Los niños, la radio y la televisión.** Edit. Studium. Madrid, 1962.

TORA TORTOSA, E. y otros: **Jornadas sobre la imagen televisiva.** Instituto de Ciencias de  
la Educación. Universidad de Barcelona, 1976.

— **Periodismo educativo y científico.** Edit. Ciespal. Quito, 1976.

— **La televisión educativa en España.** Edit. Fundesco. Madrid, 1976.

— **Televisión y educación. 1970 - 1975.** Radiotelevisión Española. Madrid.